中国传统媒体跨界融合现状刍议

摘　要：随着以互联网为主体的新技术在新闻传播业的攻城略地，伴以国家媒体政策的嬗变，作为社会舆论“风向标”和“定音鼓”的四大传统媒体，纵然余威尚在，却地位锐跌，困难重重，在机遇与挑战中逶迤前行。窘境促变，社会的新发展催生了新的媒体生态，以“媒体 +X”为基本范式的跨界融合发展模式，为传统媒体的逆境突围提供了生机和出路。研究该模式在我国的推行现状，对全国各地传统媒体的成功转型有一定的启迪意义。

关键词：传统媒体；跨界融合；融合方式；融合效果；改良建议
中图分类号：G222　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2018）04-039-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.04.011

文 / 刘素花

1. 概述

传统媒体是对互联网媒体出现前的所有媒体的统称，主要指以纸张为载体的报刊杂志业、以无线电技术进行声音传送的广播业、以电子设备传送信号的电视业四大方面。

媒体的跨界融合是指，媒体分化后进行重构的过程中，媒体内部各要素向媒体领域外延伸、融合发展的脱困方式，以“媒体 +X”多变魔方式互融为核心模式。

2. 新时期中国传统媒体进行跨界融合的必要性

我国传统媒体选择跨界融合促发展的道路，既有内因，也有外因，主要表现在以下几个方面：

2.1 传统媒体自身存在明显缺陷

无论是广播电视业还是报纸杂志业，大多没能及时赶上时代发展的步伐，普遍存在以下突出缺点：① 营利模式单一、过时，增收乏力，入不敷出。传统媒体的营利主要依赖于广告。而随着媒体要素的分化，尤其是受众的分化，大量青壮年受众奔向互联网媒体，固守传统媒体的群体以老年人、文化储备和收入偏低的人群为主。该情况的负面效应表现在：不仅传统媒体不能继续聚拢数量巨大的受众以带来巨额利润，而且，消费能力较强的青壮年选择疏离，剩下的人群消费能力较弱，广告的效益锐减。② 人才流失严重，可持续发展前景堪忧。传统媒体营利艰难带来一系列多米诺骨牌负面效应，其中显而易见且影响深远的一项是：传统媒体机构从业人员收入低迷，职业满意度、安全度持续下降，职业身份认同感不足，从而引发人心不稳、人才不断流失的窘困局面。传统媒体的生存进一步雪上加霜，光明的发展前景更加缥缈难期。③ 经营理念陈腐，主动变革求生存意识不足。众多传统媒体长期以来是国家事业编制，手捧“金饭碗”，居安思危意识不足。即使后来没了以国家财政供养为主的得天独厚条件，却仍旧难以适时改变经营管理理念，官僚化，对财政拨款抱有幻想，坐等他人成功经验等惰怠思维仍旧盛行。落后的经营理念使部分传统媒体机构的状况更加江河日下，容易错过转型机会，最终走上惨被淘汰的不归途。

2.2 新技术及新的媒体政策带来了巨大压力

新技术对媒体行业的渗透和媒体改革政策的大力推行是传统媒体外部压力的两大巨大来源。互联网技术，尤其是移动互联网技术带来的数字媒体的兴起，使传统媒体相形见绌：①传统媒体的时效性远不及网络媒体。传统媒体制作流程复杂、审核较慢，传播速度难以与新媒体相抗衡。②传统媒体的互动性远不及网络媒体。传统媒体基本上是单一传播，受众的感受、意见和建议难以及时反馈给媒体单位。而网络媒体则通过点赞、评论等多条渠道很好地实现了这一功能。媒体与受众的良性双向互动有利于媒体的正态发展，传统媒体在该方面又逊一筹。③在内容的丰富性、多样性及表现形式的趣味化方面，传统媒体亦败给网络媒体。受传播时间和版面限制，传统媒体的内容相对呆板和单一，表现形式缺乏多媒体等众多元素支持，趣味性远不如新媒体，从而使得传统媒体的竞争力较弱。

我国媒体政策的变革使传统媒体自我谋生能力偏弱的缺陷进一步凸显出来。2008 年，国家财政供养媒体机构的局面打破后，各媒体机构不再“旱涝保丰收”，要过得好，得靠自己经营得当。这种鲶鱼效应激活了一部分传统媒体单位的生存竞争意识，被迫强大自己，先谋生存，再图发展。

2.3 跨界融合的优势显著

传统媒体之所以选择跨界融合的方式突破困境，和跨界融合模式的优势有密切关系。互联网普及后的数字化生活冲破了传统媒体的介质壁垒，瓦解了传统媒体长期以来对传播渠道的垄断，一种与时代发展相适应的、媒体与其他行业大融合的新型产业模式正在呈现。依托互联网这种具有强大连接力的有效工具，以生产专业化

内容为优势的传统媒体，可将自己优质的内容产品融入到互联网的传播体系中去，从而重塑一种全新的商业模式，实现“1+1>2”的良好效果，此即媒体跨界融合的实质及优势。该模式使媒体和其他行业可以实现“双赢”，甚至“多赢”，合作各方均抱有较高热忱，所以，更可能实现长远发展。

3. 我国传统媒体跨界融合的主要形式及融合效果

迄今，经过各级传统媒体的不断探索和不懈努力，在“媒体 +X”的总框架下，多种跨界融合方式已经得到了大胆尝试。比较引人注目的融合方式如下图所示：

“媒体 +X”融合方式的主要表现形式	媒体 + 技术
	媒体 + 教育
	媒体 + 金融
	媒体 + 旅游
	媒体 + 医疗
	媒体 + 电商

3.1 “媒体 + 技术”模式的融合

“媒体 + 技术”是迄今为止我国传统媒体所进行的力度最大、程度最深的跨界融合方式。截至目前，95%以上的传统媒体都进行了与新技术的融合。媒体与技术的融合主要表现在：搭建网站、开发 APP、开放微博 / 博客、开设公众号、利用二维码承载音频 / 视频资源、利用 VR/AR 增强用户体验、利用大数据分析精准掌握用户需求等方式。

媒体与技术的联姻使传统媒体不仅克服了原来运作、经营模式中的诸多短板，且成功借鉴了以互联网为基础的新媒体的长处，使自己的优质内容实现了与趣味承载形式、便捷互动传播模式的“优优互补”，大大增强了传统媒体的“春风吹又生”能力。

3.2“媒体 + 教育”模式的融合

就全国来看，与教育的融合，是媒体界一直努力的一个方向。教育业是“日不落产业”，有着恒久的生命力与巨大的受众潜力。目前，“媒体 + 教育”的融合，一是表现在各大地方报刊、电视台和广播电台广泛办“小记者”活动，媒体作为众多商家和教育受众（广大学生和家长）的连接体，为前者提供了无限商机，为后者丰富了知识、拓展了视野，使后者获得了一些仅凭自身难以获取的锻炼机会和教育资源。而参与其中的媒体，也会扩大自己的影响力，并在助益于商家的同时获得一定的经济回报。媒体与教育结合的另一突出形式是举办大型教育类竞赛。专业性出版社或杂志在这方面做得较为成功。例如，外研社多次举办全国性英语竞赛活动，既扩大了自己的影响力，也使得附属的相关产品（如书籍、音像资料等）得到了有效推广，一定程度上实现了增收。

3.3“媒体 + 金融”的融合

媒体与金融的融合的最具张力的表现方式之一是发展投资基金或产业基金。例如，2016 年 3 月， 广东海通创意资本管理有限公司与南方报业传媒集团等 4 家省直传媒出版集团共同发展投资基金，目标规模超 100 亿元，该融合按照市场化原则和股权投资方式，重点支持广东传媒出版企业转型升级和媒体融合发展重点项目，大大有利于传统媒体的华丽转身。

3.4“媒体 + 旅游”的融合

媒体与旅游的结合之一是众多报社广设旅行社，如河北省的 80% 以上的地级报社均于近几年开设了旅行社，但事实表明，报社开办旅行社的收益并不乐观，这一条融合之路并不好走。媒体与旅游较为成功的融合模式是媒体推介与线下旅游运作相结合。如河北广播电视台的公共频道，以“好新闻 好风景”为主旨，通过精美的画面、生动的讲解和如临其境的活动激发用户对景点的旅游欲望，有助于构建河北省旅游面向全国乃至全球的宣传主阵地，成为传媒与旅游融合的典型范例。

3.5“媒体 + 医疗”的融合

媒体与医疗的融合以电视广播业最为突出，其主要是以免费医疗讲座为吸引，以隐晦的方式诱导受众购买医疗辅助器械、保健品等医疗产品。目前，该融合方式颇具争议，问题重重。

3.6“媒体 + 电商”的融合

与电商进行融合是传统媒体目前走得较为成功，也比较有前景的一种跨界融合方式。河北广播电视台的“河北三佳购物频道”是 “电视 + 电商”跨界融合的典型成功案例。该频道于 2010 年得到了国家广电总局的批准，采用电视、网络、型录等多通道结合的方式进行家庭购物业务，使用户可在家获取商品的详细信息，并能及时订购商品，且提供免费上门、货到付款、免费退换等售后服务。取得了较好的经营效果。

4. 对我国传统媒体跨界融合效果的反思和建议

由上面的分析可以发现，我国传统媒体在跨界融合领域已经探索了一定的经验，以“媒体 +X”为主要框架，展开了与诸多行业的融合尝试，有益于拓宽传统媒体的增收途径，从而增强其生命力和竞争力。

当然，目前，传统媒体的跨界融合还难免存在一些问题，也有较长的路要走，更有待于进一度深挖与更多行业的合作。但总体来看，跨界融合，对于传统媒体来说，是一条比较乐观的改革大道。媒

参考文献

[1] 曾胜泉．广东“媒体 + 金融”助推融合发展、壮大主流舆论的实践与思考 [J]. 中国记者，2017（3）.
[2] 韩立新．时空转移与智慧分流：媒体的分化与重构 [J]. 新闻与传播研究，2016.

（作者单位：河北大学新闻传播学院；河北软件职业技术学院）